

бухгалтерской службы это является одной из самых главных профессиональных задач.

В различных организациях от формирования учетной политики зависит многое. Например, в учетной политике организации, ООО «Елаз-нефтепродукт» установлен максимальный размер предварительной оплаты по договорам, предусматривающим поставку материально-производственных запасов в размере 50% от суммы стоимости поставки, по договорам выполнения работ и оказания услуг предварительную оплату осуществлять в соответствии с условиями договоров. Таким образом, учетная политика организации устанавливает определенный размер оплаты по договорам.

Учетная политика ООО «ЕЛАЗ-нефтепродукт» соответствует требованиям ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации». Распределение обязанностей и деятельность бухгалтерской службы определяются в соответствии с положением о бухгалтерской службе организации. В организации, ООО «ЕЛАЗ-нефтепродукт» бухгалтерский учет проводится и организуется в соответствии с общими требованиями, которые были установлены на федеральном уровне документами системы нормативного регулирования бухгалтерского учета. Могут также применяться ведомственные и отраслевые нормативные акты.

На практике для формирования учетной политики существует достаточное количество вариантов её составления, а так же для целей налогообложения. Тем не менее, единой методологии учетной политики для целей налогообложения не существует. Каждый субъект хозяйствования имеет право самостоятельно разрабатывать свою позицию.

Учетная политика организации является важным элементом формирования эффективной деятельности организации, поскольку оказывает значительное влияние на величину показателей прибыли, налоговых, финансовых результатов деятельности организации и себестоимости продукции.

Литература:

1. Дружиловская Т.Ю., Коршунова Т.Н. Формирование учетной политики в практике российских организаций // Международный бухгалтерский учет. 2015. N 32. С. 16 - 27.
2. Крутякова Т.Л. Учетная политика 2015: бухгалтерская и налоговая. М.: АйСи Групп, 2015. 208 с.
3. Федорова О.С., Харалгина О.Л., Тинигина Т.В., Короткова Д.В., Васильева Е.Г., Брызгалин А.В., Ильиных Д.А., Аникеева О.Е., Тюрина Ю.Г., Тарасова Т.М., Гончаренко Л.Н. Учетная политика предприятия для целей бухгалтерского учета на 2015 год // Налоги и финансовое право. 2015. N 3. С. 8 - 210.

Фаттахова Ч.Р., Шитова В.В.

*Научный руководитель: канд.экон.наук, доц. Осадчий Э.А.
Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального университета
г. Елабуга*

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ОСМЫСЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ

Аннотация. В статье проведен анализ экономической конкуренции, в процессе которого были изучены основные виды конкуренции.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентная борьба, рынок, структурный подход, поведенческий подход.

Fattahova Ch.R., Shitova V.V.

*Scientific supervisor: PhD, associate Professor Osadchy E.A.
Elabuga Institute of the KFU
Elabuga*

EVOLUTION OF THE THEORETICAL UNDERSTANDING OF THE COMPETITION

Abstract. The article analyzes the economic security in the field of labor relations, during which the basic theory of employment have been studied, applicable to modern Russia.

Keywords: competition, competition, market, structural approach, behavioral approach.

Конкуренция – достаточно давно известное экономическое явление. О нём писали ещё А.Смит, Д.Рикардо, К.Маркс и др. Вместе с тем его значение по мере эволюции экономической (рыночной) системы не уменьшается, а, напротив, возрастает. Любой экономический процесс (на современном этапе в качестве примера уместно привести глобализацию) как бы открывает в этом явлении новую грань, раскрывает новый уровень её реализации, новый аспект её функционирования и т.д. Нельзя не согласиться с исследователями,

утверждающими, что конкуренция (и развивающиеся на ее основе рыночные отношения) наряду с рыночным ценообразованием, является неотъемлемым свойством экономической системы, которое ведёт к постоянному воспроизводству рыночной системы. Конкуренция – весьма исследованное экономическое явление, что неудивительно, учитывая её поистине всеобъемлющее значение.

Этимологически термин «конкуренция» происходит от латинского «concurrentia», что в переводе значит «столкновение». Адам Смит соединял конкурентную борьбу с добросовестным, в отсутствие сговора соперничеством, ведущимся среди торговцев (либо потребителями) из-за более выгодных условий реализации продукта. Основным методом борьбы с конкуренцией он предлагал менять стоимость продукции.

Поведенческое восприятие конкурентной борьбы совершенствовалось в точном указании ее цели и методов ее ведения. В марксистской трактовке конкурентной борьбой именуется характерное для товарного изготовления враждебное соперничество среди собственных изготовителей из-за наиболее выгодных условий изготовления и реализации продуктов. Неоклассики рекомендовали собственный вид поведенческого объяснения конкурентной борьбы, связав ее с соперничеством за редчайшие финансовые блага и, безусловно, за средства покупателя, на которые их возможно купить. Смысл этого подхода в том, что все блага редкие, их объем меньше, чем будущие потребности людей. По этой причине собственники благ обладают правом разделять их, опираясь на собственную выгоду. Они ставят собственные требования и с учётом выполнения данных условий принимают решение, кого обеспечить благами, а кого нет [1].

При структурном подходе внимание уделяется структуре рынка и его условиям, а не борьбе фирм друг с другом. В центре внимания, таким образом, оказывается не конкуренция компаний в изменении цены, а возможность (или невозможность) влияния фирмы на общий уровень цен на рынке [2].

Третий подход к определению конкуренции – функциональный. Он описывает значимость, конкурентной борьбы в экономике. Й. Шумпетер, в частности, в рамках концепции финансового формирования характеризовал конкурентную борьбу как конкуренцию древнего с новейшим. Рынок вводит нововведения, однако, в случае если новатору получается их реализовать, непосредственно система конкурентной борьбы выгоняет с рынка компании, использующие устаревшие технологии. Согласно взглядам Ф. фон Хайека, на рынке только благодаря конкурентной борьбе тайное становится очевидным. Например, если рынку не хватает информации, то привлекательными для него будут казаться несколько вариантов поведения фирм. И только конкурентная борьба раскрывает, который из вариантов верный, а какой вводит в безвыходное положение [2].

На наш взгляд, неверным было бы мнение о том, что различные трактовки конкуренции никак не связаны друг с другом и мнение о том, что они исключают друг друга. Напротив, нельзя не отметить тесную взаимосвязь раскрытых выше трактовок, что, собственно, предполагается системным подходом к анализу такого явления, как конкуренция. Указанная системность проявляется, в частности, в том, что характер поведения конкурирующих экономических агентов (методы конкуренции, конкурентные стратегии) определяется рыночной структурой, в рамках которой происходит конкурентное взаимодействие.

Следует отметить, скажем, элемент согласованности в поведении конкурирующих экономических субъектов на олигопольном рынке.

Для рынка монополистической конкуренции характерно внимание конкурирующих экономических субъектов к специфическим потребностям потребителей, удовлетворить которые позволяет большая степень дифференциации продукта, свойственная рынку монополистической конкуренции. Функция конкуренции заключается в том, что она заставляет экономических субъектов действовать определенным образом, соперничать, применяя в этом соперничестве соответствующие методы, способы (улучшая качества продукции, внедряя инновации, вытесняя экономически неэффективных соперников, чья гибель способствует повышению уровня конкурентоспособности отрасли). Свойства рыночной структуры влияют на функциональную наполненность конкуренции, определяя конкретные способы реализации той или иной функции, детерминированные спецификой конкурентного взаимодействия в рамках той или иной структуры.

Общий вывод, следовательно, должен заключаться в том, что содержание научного знания о конкуренции, полученного в контексте различных подходов, ведёт к системности, целостности, синтетичности научного осмысления конкуренции. Этому содействует аналитическое выделение относительно самостоятельных, обособленных срезов конкуренции: поведенческого, структурного,

функционального. В рамках данной статьи хотелось бы коснуться и такого аспекта современного теоретического осмысления конкуренции, как сочетание конкуренции и монополии.

Известный ученый Э. Чемберлин обосновал дифференциацию продукта как системообразующий фактор. Дифференцированными считаются те продукты, которые имеют отличительный признак от такого же товара другого производителя. Данное обоснование может быть реальным или вымышленным, лишь бы оно играло какую-либо роль для потребителя и в результате привело бы к тому, что он отдавал бы предпочтение одному виду продукта вместо другого. Там, где существует дифференциация, потребители станут объединяться по двое с производителями и продавцами в соответствии с выбором, основанным на предпочтении. Монополистическая конкурентная борьба, которую обосновал Э. Чемберлин, "бросила вызов" традиционной экономике, в которой конкуренция и монополия были альтернативными понятиями. Э. Чемберлин, наоборот, полагал, что большая часть финансовых ситуаций представляет собою сложные явления, содержащие и конкуренцию, и монополию.

Подобное толкование современной рыночной системы означало непросто применение нового технического приема к изучаемым явлениям, а принципиально новый способ подхода к экономической системе – оригинальное экономическое мировоззрение.

С этого момента в качестве наиболее абстрактной теоретической конструкции конкурентного взаимодействия следует указать монополию, вступающую в конкурентную борьбу.

Литература:

1. Конкуренция как элемент рыночного механизма. URL: http://studopedia.ru/18_58198_konkurenciya-kak-element-rynochnogo-mehanizma.html (дата обращения: 1.02.2016).
2. Понятие и сущность рыночной конкуренции / Деловой мир. URL: <http://delovoyvmir.biz/2012/03/21/ponyatie-i-suschnost-rynochnoy-konkurencii.html> (дата обращения: 11.02.2016).

Куркина К.В.

Научный руководитель: канд. экон. наук., доц. Осадчий Э.А.

*Елабужский институт Казанского (Приволжского) федерального университета
г. Елабуга*

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО "КЗПМ"

Аннотация. В современных условиях огромное значение для любой организации имеет правильность выбора деловых партнеров, потому что от их кредитоспособности и платежеспособности в существенной мере зависит ее финансовое положение. Главным источником для оценки этой информации является дебиторская и кредиторская задолженность организации. В данной статье представлен бухгалтерский учет и анализ дебиторской задолженности на примере «КЗПМ».

Ключевые слова: дебиторская задолженность, расчеты с покупателями и заказчиками, расчеты с поставщиками и заказчиками.

ACCOUNTING AND ANALYSIS OF ACCOUNTS RECEIVABLE ON THE EXAMPLE OF ООО "KZPM"

Abstract. In modern conditions of great importance for any organization is the selection of business partners because of their creditworthiness and ability to pay depends largely on its financial position. The main source for the assessment of this information is the receivables and payables of the organization. This article presents an analysis of the accounting and accounts receivable on the example of "KZPM".

Keywords: accounts receivable, accounts with buyers and customers, payments to suppliers and customers.

В современных условиях в процессе хозяйственной деятельности предприятие вступает в различные расчетные отношения. Разнообразие участников расчетных отношений и форм расчетов между ними создает предпосылки для нарушений и злоупотреблений при осуществлении расчетных операций и, следовательно, требует постоянного контроля за их проведением и отражением в учете. Образование дебиторской задолженности должно существовать в компании, однако, необходимо рассчитывать ее размер и правильно ею управлять.